



# Bilancio positivo per il triennio della campagna "il rispetto della tradizione incontra quello dell'ambiente" finanziata dall'Unione Europea

*Gli obiettivi del progetto sono stati ampiamente raggiunti. Il Consorzio della DOP friulana si prepara ora a una nuova campagna triennale.*

Il Consorzio del Prosciutto di San Daniele ha portato a termine una campagna triennale (2022-2025) intitolata **"In Europa il rispetto della tradizione incontra quello dell'ambiente"** e cofinanziata dall'Unione Europea. L'obiettivo principale è stato quello di promuovere la **sostenibilità della filiera produttiva**, esaltando al contempo l'eccellenza del Prosciutto di San Daniele come simbolo dell'agricoltura europea. L'iniziativa ha coinvolto Italia, Francia e Germania, attivando strategie mirate di comunicazione.

Gli obiettivi principali della campagna erano di **sensibilizzare** i consumatori e gli stakeholder sui valori di sostenibilità e **qualità del prodotto**, di favorire il dialogo tra produttori, distributori, istituzioni e pubblico e di incentivare azioni concrete e misurabili lungo tutta la filiera produttiva.

Le varie attività sui tre Paesi hanno portato alla pubblicazione di oltre 250 articoli, con un totale di 54 milioni di contatti indiretti, a raggiungere 29 milioni di contatti sui social media, grazie a contenuti mirati per piattaforme come Facebook, Instagram, LinkedIn e YouTube e 7 milioni di contatti generati da contenuti sponsorizzati realizzati in collaborazione con importanti media partner.

Nello specifico la campagna, rivolta ai **consumatori italiani**, ha generato:

- 10 milioni di contatti tramite campagne pubblicitarie sui social media
- 2 milioni di contatti attraverso contenuti sponsorizzati su testate online
- 40 milioni di contatti generati da pubblicità in supermercati e centri commerciali
- 14.000 visitatori unici sulla landing page dedicata alla campagna.

Ogni anno, sono stati inoltre organizzati **seminari e workshop** rivolti a produttori, giornalisti, stakeholder, docenti universitari ed enti di ricerca. In totale oltre 130 partecipanti hanno preso parte a queste iniziative,



pensate per condividere buone pratiche e rafforzare le competenze lungo tutta la filiera produttiva. In Francia e Germania queste iniziative hanno invece coinvolto anche i professionisti del settore, tra cui buyer, addetti al banco gastronomia e chef. Il numero globale dei partecipanti ha così superato quota 350.

*«Il Prosciutto di San Daniele – ha affermato il direttore del Consorzio, **Mario Emilio Cichetti** – si distingue per un processo produttivo rigoroso e rispettoso dell'ambiente. La campagna europea ha permesso di attuare azioni promozionali mirate, mettendo in evidenza le iniziative sostenibili della filiera: dall'innovativo sistema di tracciabilità con codici QR alla sicurezza alimentare, dal benessere animale alla garanzia di qualità, fino al massimo rispetto per il territorio. Tra i risultati più recenti, spicca l'attivazione di un impianto per il recupero e la valorizzazione degli scarti salini. Grazie a questo progetto triennale, il Consorzio ha potuto raccontare il proprio impegno nel coniugare tradizione e innovazione, ottenendo significativi progressi in termini di visibilità e consapevolezza dei consumatori».*

Maggiori approfondimenti sulle iniziative di sostenibilità avviate dal Consorzio sono disponibili sul sito [impegno.prosciuttosandaniele.it](http://impegno.prosciuttosandaniele.it)

**Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne**

Nicola Sivilotti | [sivilotti@prosciuttosandaniele.it](mailto:sivilotti@prosciuttosandaniele.it) | Cell. 3401064497

**Ufficio stampa**

Ezio Zigliani | [ezio@eziozigliani.com](mailto:ezio@eziozigliani.com) | Cell. 3347579711